Károly Róbert Főiskola
Üzleti Tudományok Intézete

HÁZI DOLGOZAT

SZOLGÁLTATÁSMARKETING C.
TANTÁRGY

TÉMA: AZ AUCHAN ÁRUHÁZLÁNC HONLAPJÁNAK (WEBLAPJÁNAK) ELEMZÉSE

Készítette:
Varga Felicián
Kereskedelem és Marketing BA szak
Levelező tagozat 6. félév

Mezőkövesd
2016

Tartalomjegyzék

1. Az Auchan áruházlánc bemutatása.....2
1.1. Az áruházlánc története.....2
1.2. Az áruházlánc terjeszkedése.....3
2. Az Auchan magyarországi áruházlánc honlapjának (weblapjának) elemzése a 7C alapján.....3
2.1. Kontaktus (Context), elrendezés és dizájn.....4
2.1.1. Elérhetőség:.....4
2.1.2. Gyors letölthetőség.....4
2.1.3. Figyelem megragadása.....4
2.1.4. Áttekinthetőség, elrendezés, jó olvashatóság.....4
2.1.5. A jó olvashatóság.....5
2.1.6. Idegen nyelvű változat.....5
2.1.7. Tetszetős, egységes arculat, logó.....5
2.2. Tartalom (Content).....5
2.2.1. Informatív.....5
2.2.2. Keresőprogram.....6
2.2.3. Friss hírek.....6
2.2.4. Archív anyagok.....7
2.2.5. Sajtófigyelés.....7
2.3. Közösség (Community).....7
2.4. Egyediesítés (Customization).....7
2.5. Kommunikáció (Communication).....8
2.6. Kapcsolódás (Connection).....8
2.7. Kereskedés (Commerce).....9
3. Következtetések, javaslatok.....9

1. Az Auchan áruházlánc bemutatása

1.1. Az áruházlánc története

Az áruház-birodalom 1961-ben született, amikor Gérard Mulliez a franciaországi Roubaix-ban, a város "Hauts Champs˝ negyedében (amit Osan-nak ejtünk) - innét kapta a vállalat a nevét - megalapította az első áruházat. Az Auchan márkához azért választotta emblémaként a vörösbegyet, mert az természetéből fakadóan rokonszenves és emberközeli, ezért tökéletesen illeszkedik az Auchan szellemiségéhez (image-hez).

Az első áruház sikerének hatására 1967-ben megnyitotta az első Auchan hipermarketet Roncq-ban.

A megnövekedett feladatok miatt 1969-ben létrehozta az első kereskedelmi központot a Lille melletti Englos-ban. A vállalatcsoport sikerei új üzletágat hívtak életre, 1976-ban megalapították az Immochan-t, a csoport ingatlanokkal foglalkozó üzletágát.

A vállalatcsoport vezetése érdekeltté akarta tenni a dolgozókat a csoport eredményeinek növelésében, ezért 1977-ben Franciaországban munkavállalói részvényesi programot indított.

1981-ben a vállalatcsoport elérkezettnek látta az időt, hogy kilépjen a nemzetközi piacra, ezért 1981-ben Spanyolországban megalapította az Alcampo áruházláncot. 1983-ban a csoport pénzügyi üzletággal bővült, megalapították a Banque Accord-ot.

1989-ben a nemzetközi terjeszkedés folytatódott, Olaszországban megnyitották az első Auchan hipermarketet.

A 90-es évek konjunktúrájának hatására a csoport fejlődése felgyorsult, különböző francia, spanyol, és portugál érdekeltségek felvásárlása folytán megnyíltak az első portugál hipermarketek, (Jumbo néven) közben Franciaországban és Spanyolországban is beindult a szupermarket üzletág (Atac és Sabeco néven). Ebben az időszakban az Auchan csoport már négy üzletágban (hipermarketek, szupermarketek, ingatlanfejlesztés és banki szolgáltatások) van jelen a piacon.

1997-ben partnerségi megállapodást köt az olasz Rinascente csoporttal.

Az Auchan csoport terjeszkedése tovább folytatódik, az első szupermarketjeiket megnyitják 1996-ban Luxemburgban és Lengyelországban, 1998-ban Magyarországon és 1999-ben Kínában. Ez idő alatt Franciaországban megnyitották az első Halles üzleteket.

1.2. Az áruházlánc terjeszkedése

A francia Auchan 2000-ben Auchandrive néven online rendelő és autós kiszolgáló rendszert indít.

2001-ben szövetséget köt a kínai RT Marttal és felvásárolja az RT Mart taiwani hipermarketjeit. Lengyelországban felvásárolja a Billa üzleteit és megnyitja az első szupermarketjeit. Franciaország párizsi régiójában Auchandirect néven elindítja az online kereskedelmet. Az Accord Bank megkezdi működését Spanyolországban és Lengyelországban.

2002-ben megnyitja első hipermarketjeit Oroszországban. A Banque Accord Olaszországban leányvállalatot alapít Accord Italia néven.

2003-ban Franciaországban megjelenik az első, kereskedő által kibocsátott bankkártya, mely az Accord Bank Visa kártyája.

Az Auchan csoportot négy divízióba szervezik: hipermarketek, szupermarketek, Accord Bank és Immochan.

2004-ben A Banque Accord megkezdi tevékenységét Magyarországon.

2005-ben szupermarket hálózatokat létesít Oroszországban Atak, Lengyelországban A-tak néven. Még ebben az évben az Accord Bank Oroszországban leányvállalatot nyit BA Finans néven.

2006-ban generációváltás történik az Auchan csoport felügyelőbizottságában. Gérard Mulliez helyére Vianney Mulliez lép. Ebben az évben a francia Auchan egy új tevékenység keretében- Auchan Telecom néven- a mobilszolgáltatók sorába lépett. Még ebben az évben

Romániában megnyitják az első Auchan hipermarketet, az Accord Bank pedig leányvállalatot alapít Kínában és Romániában.

2007-ben Portugália lisszaboni régiójában Jumbo néven elindítják az online kereskedelmet. Ukrajnában és Oroszországban megállapodnak a Furshet és az Enka csoportokkal és 2008-ban megnyitják az első ukrán hipermarketet Kijevben.

2009-ben A Banque Accord nevet változtat, Oney néven folytatja tevékenységét.

2. Az Auchan magyarországi áruházlánc honlapjának (weblapjának) elemzése a 7C alapján.

A vonzó honlap hét eleme

2.1. Kontaktus (Context), elrendezés és dizájn

2.1.1. Elérhetőség:

Az Auchan magyarországi honlapja a https://www.auchan.hu/ internetes címen (URL) érhető el biztonságos kapcsolaton keresztül, melyet a böngészőprogram címsorában lévő ikon jelez. Ha rákattintok erre az ikonra, akkor egy felugró párbeszédpanelben megjelenik a webhelykiszolgáló tanúsítványa és "Ez a kapcsolat a kiszolgálóval titkosított˝ mondat. Ez a megoldás biztonságossá teszi a weblapot megnövelve ezzel a látogatók bizalmát.

2.1.2. Gyors letölthetőség

A címre való rákattintás után a honlap a felhasznált hardvertől és szoftvertől függően 3-5 másodpercen belül megjelenik. Elmondhatjuk tehát, hogy a weblap gyorsan letölthető. (A sebességi adatokat a Netmeter nevű programmal mértem 10MB/sec mellett.)

2.1.3. Figyelem megragadása

A kezdőlap élénk színek felhasználásával készült, a fejlécen az Auchan logója és piros alapszíne dominál. A három változó tartalmi elem: bal oldalt az akciós újságok bélyegképei, alatta az üzemanyagkutak megnevezése és árai, középen az aktuális

ajánlatok váltakozása, mozgalmassá, élővé teszi a lapot és felkelti a látogatók figyelmét. A jobb oldali sáv a különböző fontos szolgáltatásokat, elérhetőségeket mutatja.

2.1.4. Áttekinthetőség, elrendezés, jó olvashatóság

Az Auchan áruházlánc weblapja áttekinthető, könnyen meg lehet különböztetni rajta a különféle szolgáltatásokat. Egyszerűen lehet kezelni a különböző funkciókat, a menü elemei elkülönülnek egymástól, jól értelmezhetők, könnyen kezelhetők.

A lap elrendezése követi a figyelem irányát, az "F˝ alakzat megfigyelhető benne. A legfontosabb információk baloldalt (Az áruházak elhelyezkedése, az akciós újságok megtekintése. Az üzemanyagkutak hálózata és árai és a slágertermékek.) fent (az üzemanyagkutak hálózata és adatai, az Auchan termékek listája, a kerékpár választék, a sertéstenyésztők és beszállítók listája, az áruhitel és az egyéb pénzügyi lehetőségek ismertetése és a bizalomkártya kiváltásának letölthető dokumentumai,) találhatók. Feljebb találhatók még a belépéssel és regisztrációval, valamint a hírlevelek megtekintésével kapcsolatos gombok és a bevásárlólista összeállításának lehetősége. Fönt jobb oldalon az információs gombok helyezkednek el. Középen találhatók az aktuális promóciók, az áruházak akciói és az illatszerek kínálata.

2.1.5. A jó olvashatóság

Az Auchan weblapja jól olvasható, megszokott betűtípusokból áll, a betűk mérete megfelelő, a lap elemei színösszeállításuk révén kiemelkednek a háttérből.

2.1.6. Idegen nyelvű változat

A honlapnak idegen nyelvű változata nincs, emiatt az Auchan jelentős vásárlói körtől esik el. Például a Magyarországon élő külföldiek és a környező országokban élők jelentős tömegétől, akik pedig szívesen tájékozódnának a magyarországi Auchan áruházlánc kínálatáról.

2.1.7. Tetszetős, egységes arculat, logó

A lap kivitele tetszetős, a látogatók örömmel és megelégedettséggel nézhetik. Híven tükrözi az áruházlánc

arculatát. Az Auchan logója (a név és benne a vörösbegy) és színe (piros), valamint a szlogenje "Nálunk az árak a földön járnak˝ nagy felületen látható. Azt az érzést kelti, mintha máris bent sétálnánk valamelyik Auchan üzletben. Az áruházakban ugyanis mindenütt ugyanezzel a színnel és logóval találkozhatunk, kívül és belül egyaránt.

2.2. Tartalom (Content)

Szöveg, kép, audio és videotartalom

2.2.1. Informatív

Az áruházlánc honlapján, a vásárlókat érintő, a vásárlást megkönnyítő és a hálózat életéről tájékoztató minden információ megtalálható. Középen az aktuális akciók és ajánlatok változó képei láthatók. Ha rákattintunk az áruházak akciói gombra, megjelenik Magyarország térképe, rajta az egyes áruházakkal. Ha a kiválasztott áruház nevére klikkelünk, akkor először is megjelenik az adott áruház akciós kínálata, de ha tovább keresünk, a hírek, információk lapfülre lépve minden fontos tájékoztatást megkaphatunk az elérhetőségről, (telefonszáma, faxszáma, valamint címe, nyitvatartása, és megközelíthetősége Google térkép alapján.) és az adott áruházban folyó tevékenységről. Tájékozódhatunk a kiválasztott áruház történetéről és megtekinthetjük kategóriák szerint az ottani állásajánlatokat. Az Üzletsor lapfülön megtalálhatók a bevásárlóközpontban működő egyéb üzletek. A lap bal oldalán az akciós újságok bélyegképei váltakoznak. Rákattintva megjelenik az aktuális akciós lapok kínálata. A kiválasztott újságra klikkelve végiglapozhatjuk, kinyomtathatjuk a kiválasztott oldalt, vagy oldalakat, de letölthetjük PDF formátumban is.
Alatta található az áruházakhoz tartozó üzemanyagkutak váltakozó listája. Megjelenik az adott üzemanyagkút neve, címe, kínálata és aktuális árai. Van még a lapon bestseller lista, is, amin a leginkább keresett termékeket találjuk. Az "aktuális˝ rovatban az áruházlánc életét érintő híreket olvashatjuk. A fotószolgálat menüpont tájékoztatást ad arról, hogy saját, hagyományos (film) és digitális felvételeinket hogyan tudjuk kidolgoztatni és ennek kapcsán milyen szolgáltatásokat vehetünk még igénybe. Ehhez egy praktikus rendelőszoftvert

tölthetünk le Apple, Windows, (98, Me, XP, 7, 8, 8.1 és 10) Linux rendszerű számítógépekre.
Az Auchan bizalomkártya és az Auchan bevásárló-kártya menüpontok arról tájékoztatnak, hogy ezek a kártyák hogyan igényelhetők és milyen módon lehet őket használni. A rólunk írták menüpont alatt az áruházláncról megjelent cikkeket olvashatják az érdeklődők. A lap alján kategorizált menük találhatók. Az Auchan információk, a hasznos linkek, a népszerű termékkategóriák, a népszerű receptek, és a partnerek. A lap jobb felső oldalán érhető el az Auchan hivatalos Facebook oldala. Alatta a bizalomkártyás belépési lehetőség található. A következő menüpont az áruházlánc társadalmi felelősségvállalásával foglalkozik. Pályázati lehetőséget biztosít civil szervezetek számára, az Auchan az Ifjúságért Alapítvány által biztosított 170.000€ felhasználására.
Az utolsó menüpont egy videókat tartalmazó oldal, melyen reklámfilmek és termékismertető videók találhatók, de van egy videó, amely bizonyítja, hogy az Auchan odafigyel a megváltozott munkaképességű dolgozóira is. A fogyatékos emberek világnapján köszöntötték a vállalat megváltozott munkaképességű dolgozóit. Erről tudósít ez a kisfilm. A honlapnak külön hangtára nincs, azonban a videóknak van hangja.

2.2.2. Keresőprogram

A honlap fejlécén, középen keresőprogram található, mely a weblapon fellelhető információkat jeleníti meg, kulcsszavas keresés alapján. A keresőfunkció szűkítésére nincs lehetőség.

2.2.3. Friss hírek

A honlapon friss hírek több menüpontban is találhatók, melyek a következők:

- Az akciós ajánlatok listája.
- Az akciós újságok menüpontja.
- A tankoljon nálunk menüpontban az Auchan kutaknál kapható üzemanyagok árai.
- Az aktuális menüpontban bal oldalt, a lap alján jelennek meg a legfrissebb információk és fontosabb tudnivalók.
- A Rólunk írták rovatban az áruházcsoportról írt legfrissebb cikkek olvashatók a különböző hírportálokról.

2.2.4. Archív anyagok

A weblapon archívum menüpont nem található, de archív anyagok a különböző menüpontokban több helyen is elérhetők. A videótárban régi reklámfilmek nézhetők meg. A Rólunk írták menüpontban pedig az Auchan áruházakról írt régi újságcikkeket is olvashatjuk.

2.2.5. Sajtófigyelés

A honlapon külön "Rólunk írták˝ menüpont található. Itt olvashatóak az áruházláncról, vagy az egyes áruházakról megjelent régi és újabb cikkek. Ezek teljességükben az eredeti oldalukon találhatók, melyet a program kikeres. Az egyes cikkek címére kattintva az adott hírportál honlapja jelenik meg a keresett cikkel.

2.3. Közösség (Community)

Az Auchan Magyarország többféle módon igyekszik közösséget formálni jelenlegi és jövőbeni vásárlóiból. Elsősorban a Facebook-on való megjelenésével igyekszik rajongói tábort gyűjteni. Az értékelés időpontjában az oldalt 242.623 ember kedvelte. A közösségi oldalon való megjelenést promóciós célokra is felhasználják, ugyanis megtalálhatók rajta (post-ként) a legújabb ajánlatok. Aki az oldalon bekapcsolja a követést, a saját hírfolyamán láthatja ezeket az ajánlatokat. A legújabb akciós újságokat is olvashatják az érdeklődők. A karrier menüpontban az aktuális állásajánlatokat is meg lehet tekinteni. A látogatók bejegyzései menüpontban a vásárlók megírhatják véleményüket az áruházakkal és az árukkal kapcsolatban.

A másik közösségépítő megoldás a bizalomkártya bevezetése volt. Ezt az áruházak vevőszolgálatán, vagy interneten, a bizalomkartya.auchan.hu oldalon igényelhetik az érdeklődők. A kártyán minden vásárlás alkalmával az áruk értékének arányában pontok gyűjthetők, amit aztán le lehet vásárolni. A kártyával az egyéni vásárlási szokásokat lehet feltárni és az összegyűjtött adatok felhasználásával a későbbiekben személyre szabott ajánlatok készíthetők. A pénteki családos, illetve a hétfői nyugdíjas napokon történt vásárlások után a kártyán háromszoros pontértéket írnak jóvá. Vásárlói közösségépítő módszer még az Auchan bevásárló kártya

bevezetése is. Ezzel a kártyával lehet fizetni és birtokosának különböző mértékű visszatérítéseket is biztosít. Ennek révén is nyomon lehet követni a kártyatulajdonosok vásárlási szokásait és mivel hitelkártyaként is funkcionál, ösztönözni lehet a vásárlási kedvet is.

2.4. Egyediesítés (Customization)

A vizsgált honlap tartalmilag egyedi, az Auchan áruházlánc által forgalmazott termékeket és az általuk nyújtott szolgáltatásokat ismerteti. Ezek a termékek és szolgáltatások egyediek, az áruházláncra jellemzőek. Formailag azonban, ha a tartalomtól eltekintünk, láthatjuk, hogy ez a jól megszerkesztett honlap követésre, másolásra méltó. Hasonló profilú cégek, egyéniesítve, saját tartalommal feltöltve nyugodtan használhatják.

2.5. Kommunikáció (Communication)

Az Auchan áruházlánc honlapja kétoldalú kommunikációt tesz lehetővé: Egy részről az áruház menedzsmentje tájékoztatja a látogatókat az aktuális ajánlatokról és lehetőségekről, másrészről viszont a látogatók, illetve vásárlók is felvehetik a kapcsolatot az áruházlánc, illetve az egyes áruházak illetékeseivel. A kapcsolatfelvételre három lehetőség is van:

- A fejlécen található infocenter menüpont segítségével.
- Az infocenter telefonos elérhetőségén keresztül.
- A honlapról indítható közösségi modul segítségével a Facebook-on keresztül.

A honlap jobb felső sarkában található infocenter alkalmazás lehetővé teszi, hogy az érdeklődők írásban forduljanak az áruházlánc, illetve egyes áruházak vezetéséhez, különböző témákban. Az alkalmazás használatához elég, ha a lapon található elektronikus űrlapot (formot) kitöltve megírják panaszukat, javaslataikat, észrevételeiket, akár az áruházzal, akár az árucikkel kapcsolatban.

Ha valaki túlzottan személytelennek találja az írásbeli kapcsolatot, telefonon is megkeresheti az Auchan infocenter szolgáltatását, ahol udvarias és segítőkész munkatársak segítenek megoldani a problémákat. A (+36-40) 10-90-10 helyi tarifával hívható telefonszámon (kék szám) a munkatársak

hétfőtől szombatig (kivéve ünnepnapok) 8:00 és 20:00 között állnak az érdeklődők rendelkezésére. A szolgáltatás szlogenje "Nap, mint nap odafigyelünk Önre, hogy a vásárlás mindig öröm legyen.˝

Mivel a honlapról közösségi modul is indítható, ezért erre kattintva a megjelenő Facebook oldalon is tudnak a regisztrált felhasználók üzenni, postolni, kommentezni illetve vendégkönyvi bejegyzéseket tenni, valamint az internetes telefonálás és videotelefonálás (VOIP) alkalmazással szóbeli kapcsolatot teremteni az áruházlánc illetékeseivel. A Facebook-on történő telefonálás csak Mozilla firefox, Google Chrome és Opera böngészővel lehetséges.

2.6. Kapcsolódás (Connection)

Az áruházlánc honlapja több külső szolgáltatóhoz is kapcsolódik:

- Az Auchan bevásárló kártya igényléséhez és az áruhitel igénybevételéhez az Oney Magyarország (a volt Accord Bank) honlapjára irányít az alkalmazás. Ez a vállalkozás intézi az Auchan és a Decathlon áruházak áruhiteleit, de személyi kölcsönt is lehet tőlük felvenni és biztosításokat is lehet rajtuk keresztül kötni.
- A Rólunk írták menüpontból a kiválasztott cikkre klikkelve megjelenik a hozzá tartozó hírportál, amin egyéb cikkeket is olvashatunk.
- A közösségi modulra kattintva megjelenik a hivatalos Facebook oldal, ahol nem csak az áruházlánccal léphetünk kapcsolatba, hanem ismerőseinkkel is.

2.7. Kereskedés (Commerce)

Mivel az Auchan lánc fő profilja a kereskedelem, ezért az egész lap a kereskedésnek van szentelve. Mindenütt az áruházlánc kínálatának és szolgáltatásainak a propagálása látható. Az akciós újságok váltakozó bélyegképei, az üzemanyag kutak nevei és árai, középen az aktuális promóciók váltakozása, az áruházak elhelyezkedése, elérhetőségei, bevásárlólista összeállítási lehetőség, a hitelkártya kiváltás és az áruhitel igénybevételének lehetősége, mind a kereskedést szolgálják.

3. Következtetések, javaslatok

Az Auchan áruházlánc honlapja profi módon elkészített, jól szerkesztett weblap. Kellemes színösszeállítása, jól olvasható betűkészlete leköti a látogatók figyelmét. Sokoldalú felhasználhatósága lehetővé teszi a tájékozódást, pénzügyi műveletek lebonyolítását, a vásárlások előkészítését, de segíthet akár a heti étrend összeállításában is.

Hiányosságként merül fel, hogy az oldalnak nincs idegen nyelvű változata. Véleményem szerint szükség lenne német és angol nyelvű változatra, de azon kívül szlovák, lengyel, ukrán, román, szerb-horvát változatokra is.

Másik hiányosság és egyben javaslat, hogy a bevásárlólistán szereplő tételeket a honlapon keresztül is meg lehessen rendelni és saját futárral házhoz szállíttatni. A hiányosságok közé sorolható még, hogy a keresőben nincs szűkítési lehetőség, illetve nincs mód részletes keresésre.

A szövegekben található helyesírási hibákat ki kellene javítani, mert egyébként rossz fényt vet a tartalomra és rontja az egész lap arculatát. A Rólunk írták menüpontban nem csak az írásos sajtóban megjelent cikkeket, hanem az elektronikus sajtóban (rádió, televízió) elhangzott tudósításokat is ismertetni kellene.